

La publicité dans les Parcs Naturels Régionaux

Fiche
n° 12

Le classement d'un parc naturel régional engendre des effets importants pour les communes intéressées. Les communes sont régies par un **principe relatif**, qui permet l'instauration de **dérogations**.

Principe

La publicité est **interdite** pour les communes se trouvant dans le périmètre d'un Parc naturel Régional.

Référence :
Articles L. 581-7 et L. 581-8 du code de l'environnement.

NB : les préenseignes sont régies par les mêmes règles que la publicité. Cependant certaines activités ont la possibilité de bénéficier de préenseignes dérogatoires installées dans des secteurs où la publicité est interdite.

> *CF. Fiche n°3 « Les préenseignes »*

Les dérogations

Des dérogations sont possibles par l'établissement d'un **règlement local de publicité** se traduisant par un zonage et des prescriptions afférentes.

♦ *Hors agglomération*

Le règlement local de publicité permet d'instaurer des **zones de publicité autorisée (ZPA)** que l'on peut trouver dans des espaces économiques (commerciaux, industriels, artisanaux) ou "fortement peuplés".

Les prescriptions, résultant de l'institution de ZPA, ne sont pas déterminées par la loi. Ainsi, elles seront soit plus strictes, soit moins strictes que le règlement national de publicité ou tout simplement reprendront ses dispositions.

♦ *En agglomération*

Le règlement local de publicité permet d'instaurer des **zones de publicité restreinte (ZPR)**.

L'acte instituant cette zone soumet la publicité à des prescriptions plus restrictives que celles du règlement national de la publicité en agglomération.

> *CF. Fiche n°7 « le règlement local de publicité »*

Ainsi en l'absence de règlement local de publicité, la publicité est interdite dans les Parcs Naturels Régionaux.